

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Inteligencia emocional y la intención emprendedora en
estudiantes universitarios peruanos**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en
Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Pablo Miguel Paz Moreno
Pedro Hector Miranda Rodriguez

Asesor:

Mg. Alcides Alberto Flores Sáenz

Lima, abril del 2024

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Alcides Alberto Flores Sáenz, docente de la Facultad de ciencias empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **INTELIGENCIA EMOCIONAL Y LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS PERUANOS** de los autores Pablo Miguel Paz Moreno y Pedro Hector Miranda Rodriguez tiene un índice de similitud de 17% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 17 días del mes de abril del año 2024.



Alcides Alberto Flores Sáenz

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 17 días del mes de abril del año 2024 siendo las 15:30 horas., se reunieron virtualmente en la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor presidente del Jurado: Mg. Ricardo Elías Jarama Soto, el secretario: Mtro. David Junior Elías Aguilar Panduro, como miembro: Mtra. Yessica Del Roció Erazo Ordóñez y el asesor Mtro. Alcides Alberto Flores Saenz, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de Tesis titulada: "*La inteligencia emocional y la intención emprendedora en estudiantes universitarios peruanos*" de la Bachilleres:

- a. Pablo Miguel Paz Moreno
- b. Pedro Héctor Miranda Rodríguez

Conducente a la obtención del Título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del Jurado a efectuar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes, los cuales fueron absueltos por el candidato. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del Jurado. Posteriormente, el Jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

- a. Candidato (a): Pablo Miguel Paz Moreno

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	16	B	Bueno	Muy Bueno

- b. Candidato (a): Pedro Héctor Miranda Rodríguez

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	16	B	Bueno	Muy Bueno

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el presidente del Jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final. Además, el presidente del Jurado concluyó el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.

<hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"/> Presidente		 <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"/> Secretario
<hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"/> Asesor	<hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"/> Miembro	<hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"/> Miembro
<hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"/> Candidato/a (a)		<hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"/> Candidato/a (b)

Resumen

Background: En el contexto educativo, existe un notable interés en estudiar la relación entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora en estudiantes universitarios. Dicha intención emprendedora, que refleja la inclinación a iniciar negocios, se ha destacado como un fenómeno creciente y relevante. Paralelamente, la inteligencia emocional ha emergido como un factor clave no solo en el desarrollo de relaciones interpersonales sino también en el ámbito empresarial. *Objetivo:* Este estudio tiene como objetivo principal analizar la influencia de la inteligencia emocional sobre la intención emprendedora en estudiantes universitarios de Lima. *Métodos:* Se adoptó un enfoque observacional, transversal, explicativo con ecuaciones estructurales SEM, centrado en estudiantes universitarios de administración y contabilidad de una universidad privada en Lima. Se utilizó una muestra calculada según criterios estadísticos, incluyendo variables latentes y observadas. Para medir la inteligencia emocional se empleó la escala TMMS-24, y para la intención emprendedora. *Resultados:* Se encontró una correlación moderada entre la inteligencia emocional y la percepción emocional ($r = 0.599$), así como entre la inteligencia emocional y la comprensión emocional ($r = 0.503$). Además, se observó una asociación moderada y significativa entre la inteligencia emocional y la regulación emocional ($r = 0.452$). El análisis del modelo estructural reveló que la inteligencia emocional influye directamente en la intención de emprender ($\beta = 0.60$). *Conclusiones:* El estudio concluye que la inteligencia emocional juega un papel crucial en el fomento de la intención emprendedora entre estudiantes universitarios. Los hallazgos subrayan la necesidad de integrar la educación emocional en los currículos universitarios, especialmente en disciplinas relacionadas con la administración y el emprendimiento.

Introducción

En el panorama educativo de Perú, especialmente en la ciudad de Lima, se observa un creciente interés en el estudio de la relación entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora entre estudiantes universitarios. Este interés se debe a la relevancia creciente de la intención emprendedora, definida como la predisposición de los estudiantes a iniciar un negocio propio tras concluir sus estudios, un fenómeno que ha ganado importancia en años recientes. (López, 2021) La educación universitaria, al enfocarse en áreas que apasionan a los estudiantes, no solo incrementa su felicidad sino también fomenta su ética de trabajo y desarrolla su motivación y confianza, elementos cruciales para la intención emprendedora. (Escobar, 2019; Boldureanu et al., 2020)

Un aspecto central en este escenario es la inteligencia emocional, que describe la habilidad para reconocer, monitorear y regular las propias emociones de manera efectiva (Mortan et al., 2014). La inteligencia emocional no solo contribuye a la formación de relaciones interpersonales sólidas dentro de familias y comunidades, sino que también es fundamental en el ámbito empresarial, impulsando características como la paciencia, persistencia, honestidad, empatía e iniciativa (López, 2021). En el contexto empresarial, la inteligencia emocional juega un papel importante en actividades como la aceptación de riesgos, la creatividad, la innovación y la toma de decisiones (Vallejos Valdivia, 2022).

Estudios recientes han evidenciado una relación positiva entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora, aunque esta relación es moderada por la autoeficacia emprendedora (Manosalvas, (2017). Además, se ha observado que la inteligencia emocional influye significativamente en la intención de emprender, sugiriendo que un mayor dominio de las

emociones aumenta las intenciones de crear una empresa exitosa (Escobar, 2019; Cumpa, 2019). Curiosamente, la investigación sobre la relación entre inteligencia emocional, autoeficacia y emprendimiento no ha mostrado diferencias significativas en cuanto al género, pero sí ha revelado diferencias culturales en cuanto a la edad (Mortan et al., (2014).

La relación entre la inteligencia emocional y la capacidad creativa también ha sido objeto de estudio, encontrándose una fuerte correlación positiva entre ambas, lo que implica que una mayor inteligencia emocional conlleva a una mayor capacidad creativa (Oseda et al., 2019; Palomeque et al., 2020). Asimismo, se ha evidenciado que ciertas dimensiones de la inteligencia emocional, como la regulación y utilización de emociones, afectan directamente a la autoeficacia emprendedora (Mortan et al., 2014).

Este estudio se propone analizar cómo la inteligencia emocional influye en la intención emprendedora en estudiantes universitarios de Lima, Perú, en el año 2023. Esta investigación es esencial para comprender la capacidad de creación y sostenibilidad de negocios entre los jóvenes, y para diseñar estrategias educativas y políticas públicas que promuevan un espíritu empresarial más fuerte y resiliente.

Revisión de la literatura

La inteligencia emocional

La inteligencia emocional, un concepto de creciente importancia en el campo del desarrollo personal y profesional, se define como el proceso mediante el cual se conocen, dominan y aplican habilidades emocionales en diversas situaciones, destacando su papel en el aprendizaje, el razonamiento, la resolución de problemas y el aprovechamiento de experiencias (Salovey et al., 1995; López-Fernández, 2015). Además, se considera esencial para gestionar la vida a través de la disciplina y la planificación, habilidades clave para alcanzar objetivos tanto académicos como laborales (Vallejos Valdivia, 2022). Sus dimensiones incluyen la percepción emocional, que implica valorar y expresar emociones con precisión y reconocer sus distintas manifestaciones, (Piñar, 2014; Hernández et al., 2020) la comprensión emocional, que abarca el entendimiento de la información emocional y su evolución en el tiempo (Piñar, 2014; Hernández et al., 2020) y la regulación emocional, que se refiere a la capacidad de gestionar conscientemente las emociones propias y ajenas (Piñar, 2014; Hernández et al., 2020). Estas dimensiones subrayan la complejidad de la inteligencia emocional y su relevancia en la mejora de la interacción humana y el bienestar emocional.

Intención emprendedora

La intención emprendedora es un constructo multifacético que ha ganado relevancia en el ámbito de la investigación en emprendimiento. Se define como el autorreconocimiento de una convicción personal enfocada en la creación de una empresa o negocio, acompañada de una planificación consciente orientada hacia su realización efectiva en el tiempo (Soria-Barreto et al., 2016). Este concepto también se describe como un estado mental en el que la atención del individuo se concentra intensamente en el cumplimiento de un objetivo específico, como puede ser la creación de un negocio (Arias et al., 2016). Además, Krueger et al., (2000) aportan una perspectiva psicológica al concepto, considerándolo como un impulso de rasgo psicológico que conduce a un comportamiento orientado a la búsqueda de oportunidades, generando características e iniciativas necesarias para el emprendimiento.

En base a la revisión de la literatura se propone el siguiente objetivo (OB) e hipótesis (HG):

OB: Analizar la influencia de la inteligencia emocional sobre la intención emprendedora.HG: Existe influencia significativa de la inteligencia emocional en la intención emprendedora.

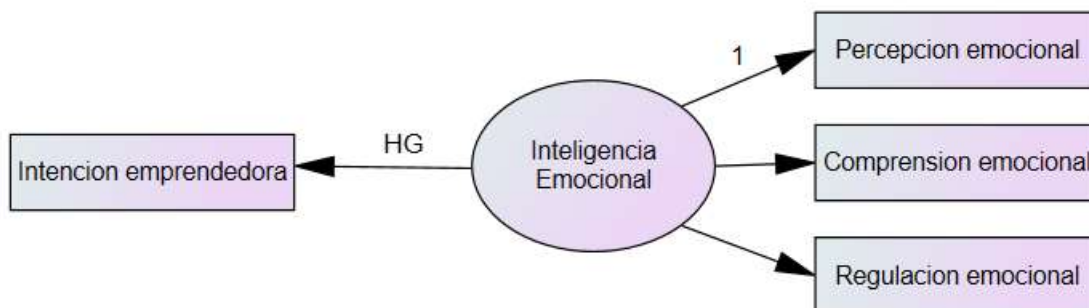


Figura 1. Modelo teórico

Materiales y métodos:

Diseño y población de estudio

Se llevó a cabo un estudio observacional, transversal y explicativo (Agudelo et al., 2008; Asas Guillén, 2002; Manterola & Otzen, 2015; Sarduy, 2007) en el contexto de estudiantes universitarios de la ciudad de Lima. Para el diseño muestral, se tomó como población a 325 estudiantes universitarios de administración y contabilidad de una universidad privada en Lima. El tamaño de la muestra se calculó considerando un efecto anticipado ($\lambda = 0.20$), un nivel de poder estadístico deseado de 0.08, el número de variables latentes y observadas en el modelo, y una probabilidad estadística de 0.05. Siguiendo estos criterios. Se determinó una muestra mínima recomendada de 223 estudiantes universitarios (Soper, 2023); sin embargo, se obtuvo una muestra final, para este estudio, de 305 estudiantes. Los criterios de inclusión para el estudio fueron estudiantes universitarios de ambos géneros, mayores de 18 años, de una universidad privada y residentes en la ciudad de Lima. Los criterios de exclusión contemplaron la exclusión de jóvenes menores de 18 años, estudiantes de institutos o universidades que no pertenezcan o estén fuera de la ciudad de Lima, o de entidades públicas.

Instrumentos

Inteligencia Emocional: Para evaluar la inteligencia emocional se utilizó la escala TMMS-24, que consta de tres dimensiones: percepción emocional (8 ítems), comprensión emocional (8 reactivos) y regulación emocional (8 reactivos), validada por Espinoza-Venegas et al., (2015). Esta escala presenta un alfa de Cronbach superior a 0.80 y utiliza una escala Likert de 1 (muy en desacuerdo) a 5 (muy de acuerdo), demostrando su aplicabilidad a la población estudiada. En el presente estudio, el análisis de confiabilidad para la inteligencia emocional mostró un alfa de Cronbach de 0.826 con 24 elementos.

Intención Emprendedora: La intención emprendedora se midió mediante un instrumento unidimensional de 4 reactivos, validado por, Laguía et al., (2017) con un alfa de Cronbach superior a 0.91 y una escala Likert que va de 1 (totalmente en desaprobación) a 5 (totalmente en aprobación). La confiabilidad de este instrumento en la investigación actual reflejó un alfa de Cronbach de 0.735 con 4 elementos.

Análisis estadístico

Después de la recolección de información, los datos recogidos fueron transferidos a la aplicación Excel, donde se realizó una adecuada formateación y limpieza de datos. Posteriormente, los datos fueron procesados en el software SPSS v.26 para desarrollar análisis descriptivos de la población estudiada. En este análisis, se presentaron los datos sociodemográficos y se llevó a cabo un análisis inferencial de las variables. Esto incluyó la suma de los ítems correspondientes a los factores determinados, los cuales fueron presentados mediante tablas e interpretaciones adecuadas con el objetivo de responder a las objeciones del estudio. Dada la sensibilidad de la prueba de Chi cuadrado al tamaño de la muestra, se consideraron índices de bondad de ajuste como el CFI y TLI, donde valores entre 0.90 y 0.95 indican un ajuste aceptable y valores superiores a 0.95, un ajuste adecuado. También se tomaron en cuenta los índices RMSEA y SRMR, con valores entre 0.05 y 0.08 indicando un ajuste aceptable y valores inferiores a 0.05, un ajuste adecuado.

Consideraciones éticas

Antes de llevar a cabo la recopilación de datos, se aseguró rigurosamente el cumplimiento de las normas éticas establecidas. Se proporcionó a todos los participantes información detallada acerca del propósito del estudio, la garantía de confidencialidad de sus datos, así como la importancia de la ética en la investigación. Se enfatizó que la participación en el estudio era completamente voluntaria, y se obtuvo el consentimiento informado de cada uno de los participantes de manera formal. Además, es importante destacar que el estudio fue sometido a una revisión y evaluación exhaustiva por parte del Comité de Ética de Investigación de una universidad peruana, bajo el código de referencia 2021-CE-EPG-000067, asegurando así su conformidad con los principios éticos establecidos en la Declaración de Helsinki durante todo su desarrollo.

Metodología

Resultados

Datos sociodemográficos

En la tabla 1, se evidencia las características de la muestra, correspondiente al factor sexo. Se visualiza que la mayoría de muestra son de género femenino 50.5% seguido por masculino con 49.5% asimismo, el año de la carrera con mayor proporción se encuentra en el tercer año con un 21.6% seguido de quinto año con un 20.3% por ultimo las carreras de estudio fueron administración con un 51.5% y contabilidad de 48.5%.

Tabla 1

Característica de la muestra

	características	Recuento	% de N tablas
Sexo	Femenino	154	50.5%
	Masculino	151	49.5%
	Total	305	100.0%

	Primer año	104	34.1%
	Segundo año	55	18.0%
año de la carrera	Tercer año	66	21.6%
	Cuarto año	18	5.9%
	Quinto año	62	20.3%
	Total	305	100.0%
Carrera de estudios	Administración	157	51.5%
	Contabilidad	148	48.5%
	Total	305	100.0%

Análisis preliminar

La tabla 2 evidencia el índice de percepción de las variables, utilizando los percentiles 25, 50 y 75 para determinar los niveles bajo, medio y alto. En lo que respecta a la intención emprendedora, una proporción significativa de la muestra, el 91.8%, indica un nivel medio. En cuanto a la variable de inteligencia emocional, la mayoría de los participantes, el 46.6%, reportaron una percepción de nivel medio.

Niveles de las variables de intención emprendedora e inteligencia emocional

		Recuento	% de N tablas
Nivel de intención emprendedora	Bajo	25	8.2%
	Medio	280	91.8%
	Alto	0	0.0%
	Total	305	100.0%
Nivel de inteligencia emocional	Bajo	84	27.5%
	Medio	142	46.6%
	Alto	79	25.9%
	Total	305	100.0%

La tabla 3 presenta las relaciones entre la variable de intención emprendedora y diversos aspectos de la inteligencia emocional. Se observa una correlación moderada entre la intención emprendedora y la percepción emocional ($r = 0.599$; $p = .000$), indicando una asociación directa y significativa. Similarmente, la relación entre la intención emprendedora y la comprensión emocional muestra una correlación moderada y significativa ($r = 0.503$; $p = .000$). En cuanto a la regulación emocional, existe también una asociación directa, moderada y significativa con la intención emprendedora ($r = 0.452$; $p = .000$). Finalmente, la correlación entre la intención

emprendedora y la inteligencia emocional en general es directa, moderada y significativa ($r = 0.563$; $p = .000$), subrayando una relación consistente entre estos factores.

	Intención emprendedora	Percepción emocional	Comprensión emocional	Regulación emocional	Inteligencia emocional	M	SD
Intención emprendedora	1.000					18.33	2.191
Sig.	.000						
Percepción emocional	.599	1.000				35.92	3.913
Sig.	.000	.000					
Comprensión emocional	.503	.876	1.000			35.75	3.842
Sig.	.000	.000	.000				
Regulación emocional	.452	.719	.735	1.000		35.21	3.614
Sig.	.000	.000	.000	.000			
Inteligencia emocional	.563	.941	.946	.881	1.000	106.89	10.499

Análisis del modelo estructural

El análisis del modelo se probó y proporciono un ajuste adecuado a los datos, con todos los índices de ajustes cumpliendo criterios de cortes aceptables, que contiene los coeficientes estructurales de la hipótesis del modelo ($\chi^2(305) = 16.61$; $p < .001$; CFI = .999; TLI = .994; RMSEA = .050; SRMR = .011) toda la trayectoria fue estadísticamente significativa, con base a la revisión de la literatura se determinó la hipótesis general, la cual manifiesta que la inteligencia emocional influye directamente en el intención de emprender en los estudiantes ($\beta = .60$; $p < .000$) con un coeficiente de explicación de 36% (Figura 2).

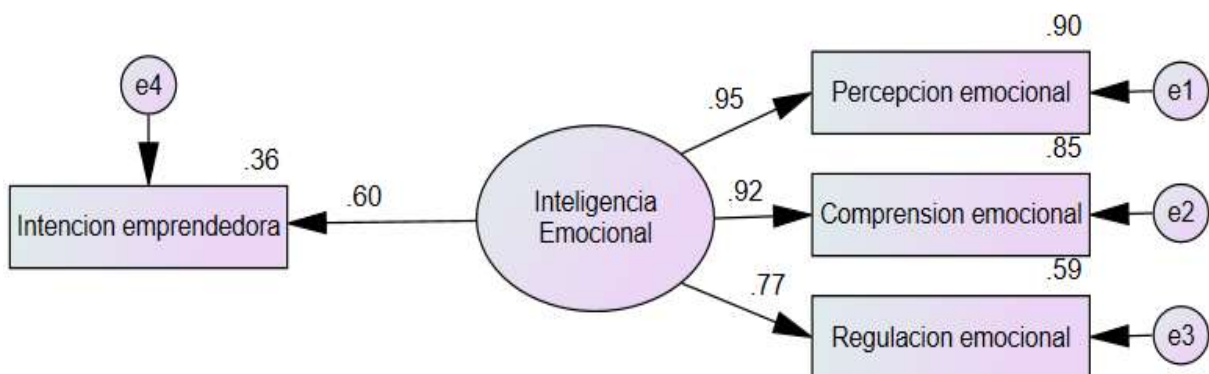


Figura. 2. El modelo estructural. Los coeficientes de trayectoria representan estimaciones estandarizadas. Sólo se muestran rutas estadísticamente significativas. Todos los coeficientes de trayectoria son estadísticamente significativos al nivel $p < .001$.

Discusión

En el entorno educativo de peruano, se ha observado un creciente interés en el estudio de la relación entre inteligencia emocional e intención emprendedora entre estudiantes universitarios. La intención emprendedora, que refleja la inclinación de los estudiantes a emprender un negocio propio post-estudios, ha cobrado una importancia notable. Paralelamente, la inteligencia emocional, definida como la capacidad de reconocer, monitorear y regular emociones, se ha identificado como un factor clave no solo en el desarrollo de relaciones interpersonales sino también en el ámbito empresarial. Investigaciones recientes han mostrado una correlación positiva entre inteligencia emocional e intención emprendedora, influenciada por la autoeficacia emprendedora. Además, se ha encontrado que la inteligencia emocional incide significativamente en la capacidad creativa y la autoeficacia emprendedora. Este estudio busca analizar cómo la inteligencia emocional influye en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

Los hallazgos indican una relación moderada entre la percepción emocional e intención emprendedora, sugiriendo que la intención emprendedora potencia la eficiencia en el manejo de la información emocional. Este estudio se alinea con investigaciones previas como la de, Cumpa, (2019) que encontró una asociación significativa entre inteligencia emocional y percepción emocional en el contexto emprendedor. De manera similar, Mortan et al., (2014) demostraron que la fortaleza emocional en estudiantes universitarios varía según su intención y motivación. Estos estudios, junto con nuestra investigación, destacan la importancia de la inteligencia emocional, no solo como una habilidad personal, sino también como una herramienta esencial en el desarrollo de competencias emprendedoras. Una distinción clave de nuestro estudio es el énfasis en cómo la intención emprendedora específicamente afecta y mejora la percepción emocional. Mientras que la investigación de Hernández et al., (2020) se centra en la capacidad de identificar emociones a través de expresiones faciales y corporales, nuestro estudio amplía este marco para incluir cómo estas habilidades de percepción son mejoradas por la intención de emprender, un aspecto menos explorado en investigaciones previas. El análisis muestra que la inteligencia emocional, particularmente la percepción emocional, es crucial en la formación de la intención emprendedora. Los estudiantes con una mayor inteligencia emocional parecen tener una mejor capacidad para identificar y responder a las emociones, lo que es vital en el proceso de toma de decisiones empresariales. Esto sugiere que la inteligencia emocional no solo facilita el reconocimiento de oportunidades de negocio, sino que también mejora la gestión de relaciones interpersonales y la negociación, habilidades fundamentales en el emprendimiento.

Asimismo, se ha explorado la relación entre comprensión emocional e intención emprendedora, revelando una asociación directa, moderada y significativa entre ambas. Este vínculo sugiere que, a mayor nivel de inteligencia emocional en individuos, especialmente en estudiantes, se observa una mayor comprensión emocional. Estos resultados proporcionan una visión integral sobre cómo la inteligencia emocional puede influir en la capacidad para comprender y manejar emociones en contextos empresariales y académicos. La relación entre inteligencia emocional y comprensión emocional, como se demuestra en este estudio, encuentra respaldo en investigaciones anteriores. López, (2021) y Escobar, (2019) ya habían identificado una correlación positiva entre estas variables, enfatizando cómo la intención emprendedora fortalece

la comprensión emocional. Además, Frago et al., (2019) resaltaron la importancia de la inteligencia emocional en el proceso de evaluación y toma de decisiones independiente en el emprendimiento. Sin embargo, nuestro estudio va más allá al detallar cómo la inteligencia emocional no solo mejora la comprensión emocional en general, sino que también refuerza la capacidad de los estudiantes para aplicar esta comprensión en la formación de sus ambiciones empresariales. Esto revela una dimensión práctica de la inteligencia emocional que había sido menos explorada en estudios previos. En este sentido, la inteligencia emocional actúa como un facilitador en la comprensión emocional. Este proceso es particularmente relevante en el ámbito del emprendimiento, donde la capacidad de entender y gestionar emociones propias y ajenas es crucial para la toma de decisiones efectiva y la creación de relaciones empresariales sólidas. Además, se sugiere que la intención emprendedora actúa como un catalizador para mejorar estas habilidades emocionales, proporcionando un contexto práctico y motivacional para su desarrollo.

Asimismo, se evidenció la relación entre regulación emocional e intención emprendedora descubriendo una conexión directa, moderada y significativa entre estas dos variables. Esta relación es esencial para comprender cómo las habilidades de inteligencia emocional influyen en la capacidad de un individuo para regular tanto sus propias emociones como las de otros. Al comparar nuestros hallazgos con estudios anteriores, encontramos paralelos y diferencias significativas. La investigación de Piñar (2014) y Hernández et al., (2020) resalta la importancia de la regulación emocional como una habilidad para manejar tanto emociones positivas como negativas, lo cual es crucial en diversos contextos, incluyendo el emprendimiento. Estos estudios apoyan la idea de que una buena regulación emocional es fundamental para la inteligencia emocional. Vallejos Valdivia (2022), también encontró una fuerte relación entre estas variables, aunque destacó que aún son escasas las investigaciones que exploran directamente esta conexión. Nuestro estudio contribuye a llenar esta brecha, proporcionando evidencia adicional de la relación significativa entre inteligencia y regulación emocionales. Los resultados obtenidos sugieren que la inteligencia emocional, específicamente la habilidad para comprender y manejar las emociones, es un factor clave en la regulación emocional. Esto implica que las personas con mayor inteligencia emocional no solo son mejores en la comprensión de sus emociones y las de los demás, sino que también son más eficaces en la regulación de estas emociones. Este hallazgo es importante porque sugiere que la inteligencia emocional puede ser un precursor necesario para una regulación emocional efectiva, lo que a su vez puede tener implicaciones significativas en áreas como la toma de decisiones, la resolución de conflictos y la gestión del estrés.

Finalmente, el presente estudio se centró en explorar la influencia de la inteligencia emocional sobre la intención emprendedora, confirmando la existencia de una asociación significativa y directa entre estas dos variables. Estos hallazgos se alinean con estudios previos en el campo, como el trabajo de Manosalvas (2017), quien también identificó una relación positiva entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora, aunque moderada por la autoeficacia emprendedora. De manera similar, López (2021) y Escobar (2019) destacaron la relevancia de la inteligencia emocional en el fomento de la intención emprendedora, subrayando que un mayor dominio emocional conduce a mayores intenciones de crear empresas exitosas. Estas investigaciones anteriores han sido fundamentales para comprender el papel que la inteligencia emocional juega en contextos educativos, específicamente en cómo fomenta la capacidad y disposición para emprender. Al comparar nuestros hallazgos con investigaciones previas, se observa una consistencia en la relación positiva entre inteligencia emocional e intención emprendedora. Sin embargo, nuestro estudio aporta una comprensión más profunda al destacar el mecanismo subyacente de esta relación. Mientras que, Manosalvas (2017) y López (2021)

enfocaron su atención en la autoeficacia como moderador de esta relación. Nuestro estudio amplía esta comprensión, sugiriendo que la inteligencia emocional actúa no solo como un catalizador de la autoeficacia sino también como un potenciador directo de la intención emprendedora. Este enfoque más holístico ayuda a llenar brechas en la literatura existente, ofreciendo una visión más integral de cómo la inteligencia emocional puede influir directamente en la disposición emprendedora. Nuestros resultados sugieren que la inteligencia emocional, más allá de ser simplemente una colección de habilidades personales, funciona como un elemento clave en el desarrollo de la intención emprendedora. Esto se debe a que la inteligencia emocional mejora la capacidad de los individuos para reconocer oportunidades, manejar el estrés y la incertidumbre, y mantener la motivación y la persistencia, todas habilidades cruciales en el emprendimiento. Estos hallazgos destacan la importancia de fomentar la inteligencia emocional en entornos educativos, no solo como una habilidad personal, sino también como un componente esencial en la preparación de futuros empresarios.

Implicancias

Los hallazgos subrayan la importancia de integrar la formación en inteligencia emocional dentro de los currículos universitarios, especialmente en áreas relacionadas con la administración y el emprendimiento. Los educadores y formadores deberían considerar métodos para mejorar la inteligencia emocional de los estudiantes, como talleres, coaching y actividades prácticas que fomenten habilidades de autoconocimiento, empatía y regulación emocional. Esto no solo beneficiará su desarrollo personal, sino que también los equipará con competencias claves para el éxito en sus futuras carreras empresariales. A nivel político, estos resultados apoyan la necesidad de políticas educativas que promuevan la educación emocional como una parte integral del desarrollo estudiantil. Esto puede incluir la asignación de recursos para programas de entrenamiento en inteligencia emocional, la inclusión de módulos relacionados en cursos de negocios y emprendimiento, y la colaboración con profesionales de la psicología para desarrollar estrategias efectivas de enseñanza. En términos teóricos, este estudio contribuye a la comprensión de cómo la inteligencia emocional influye en la intención emprendedora, sugiriendo un modelo donde la inteligencia emocional no es solo un facilitador de habilidades empresariales, sino un componente esencial en la formación de la intención emprendedora. Esto puede llevar a una revisión de teorías existentes sobre el emprendimiento y la inteligencia emocional, incorporando una perspectiva más dinámica y multifacética de estas interacciones.

Limitaciones

Una de las limitaciones más significativas de este estudio es su diseño transversal. Si bien el enfoque transversal permite una instantánea eficaz de las relaciones entre variables en un momento específico, limita la capacidad para inferir causalidad y entender las dinámicas de cambio a lo largo del tiempo. Investigaciones futuras podrían beneficiarse de un diseño longitudinal que siga a los estudiantes a lo largo de su trayectoria universitaria y post-universitaria para observar cómo evolucionan estas variables y su interrelación a lo largo del tiempo. Los estudiantes de estas disciplinas podrían tener características únicas que influyen en su inteligencia emocional y sus aspiraciones emprendedoras. Por lo tanto, es importante que investigaciones futuras amplíen la diversidad de las muestras, incluyendo estudiantes de diferentes disciplinas y contextos educativos, para examinar si las tendencias observadas se mantienen en una gama más amplia de poblaciones. Otra limitación es la posible presencia de variables no examinadas y factores contundentes que podrían haber influido en los resultados. Por ejemplo, factores como el apoyo familiar, el entorno socioeconómico y experiencias previas de emprendimiento podrían jugar un papel significativo en la relación entre inteligencia

emocional e intención emprendedora. Investigaciones futuras deberían considerar estos factores adicionales para obtener una comprensión más completa de las dinámicas en juego.

Conclusiones

La interacción entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora en estudiantes universitarios del Perú. Este estudio ha demostrado que existe una relación significativa y moderada entre la inteligencia emocional y la percepción emocional, así como entre la inteligencia emocional y la comprensión emocional, subrayando la influencia de la inteligencia emocional en la formación de la intención emprendedora.

Referencias

- Agudelo, G., Aigner, M., & Ruiz, J. (2008). Diseños De Investigación Experimental Y No-Experimental. *Centro de Estudios de Opinión*, 1–46.
http://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/2622/1/AgudeloGabriel_disenosinvestigacionexperimental.pdf
- Arias, A. V., Restrepo, I. M., & Restrepo, A. M. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*, 12(4), 881–922.
<https://doi.org/10.3926/ic.730>
- Boldureanu, G., Ionescu, A., Bercu, A.-M., Bedrule-Grigoruta, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship Education through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions. *Sustainability*, 12, 1267. <https://doi.org/10.3390/su12031267>
- Casas Guillén, M. (2002). Los modelos de ecuaciones estructurales y su aplicación en el Índice Europeo de Satisfacción del Cliente. *Revista Electrónica de Comunicaciones y Trabajos de ASEPUMA*, 10(1).
https://www.researchgate.net/publication/26440779_Los_modelos_de_ecuaciones_estructurales_y_su_aplicacion_en_el_Indice_Europeo_de_Satisfaccion_del_Cliente
- Cumpa, J. (2019). *Relacion entre la inteligencia emocional y la actitud de los estudiantes de la unidad academica de estudios generales de la USMP, en la asignatura de emprendimiento, 2018* [Universidad San martin de porres].
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5916/cumpa_gjl.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Escobar, M. (2019). *La inteligencia emocional y su influencia en la intención de emprendimiento en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales de la universidad privada de tacna, periodo 2018*. [Universidad privada de Tacna].
<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/835/Escobar-Quinteros-Maricielo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinoza-Venegas, M., Sanhueza-Alvarado, O., Ramírez-Elizondo, N., & Sáez-Carrillo, K. (2015). Validación de constructo y confiabilidad de la escala de inteligencia emocional en estudiantes de enfermería. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 23(1), 139–147.
<https://doi.org/10.1590/0104-1169.3498.2535>
- Fragoso, R., Rocha, W., & Xavier, A. (2019). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32, 1–25. <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1551459>

- Hernández, M., Ortega, A., & Tafur, Y. (2020). *La inteligencia emocional y su relación con el rendimiento académico* [Universidad de la costa Cuc].
<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/7897/LA%20INTELIGENCIA%20EMOCIONAL%20Y%20SU%20RELACION%20CON%20EL%20RENDIMIENTO%20ACAD%20MICO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). COMPETING MODELS OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS. *Journal of Business Venturing*, 15, 411–432.
- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017). Validation of the entrepreneurial intention questionnaire in a sample of university students from Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-1.vcie>
- Lopez, L. (2021). *Inteligencia emocional e intención emprendedora en los alumnos de una universidad privada de Lima Sur - 2021* [Universidad autónoma del Perú].
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1863/Lopez%20Tume%2c%20Luis%20David.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López-Fernández, C. (2015). Inteligencia emocional y relaciones interpersonales en los estudiantes de enfermería Emotional intelligence and interpersonal relationship among nursing students. *Educacion Medica*, 16(1), 83–92. <https://www.elsevier.es/es-revista-educacion-medica-71-pdf-S1575181315000030>
- Manosalvas, L. (2017). *Relación de la inteligencia emocional con la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora* [Universidad católica del Perú].
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8000>
- Manterola, C., & Otzen, T. (2015). Estudios Experimentales 1ª Parte. El Ensayo Clínico Experimental Studies 1st Part. Clinical Trial. *Int. J. Morphol*, 33(1), 342–349.
<https://www.scielo.cl/pdf/ijmorphol/v33n1/art54.pdf>
- Mortan, R. A., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M. C. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 30(3), 97–104. <https://doi.org/10.1016/j.rpto.2014.11.004>
- Oседа, D., Arauco, F., & Ramirez, F. (2019). Inteligencia emocional, autoeficacia emprendedora y capacidad creativa en universidades de la Amazonia peruana. *Investigacion y Posgrado*, 34(1), 181–196.
- Palomeque, M., Plaza, J., & Tapia, N. (2020). La inteligencia emocional y el emprendimiento: breve acercamiento para su comprensión. *Universidad y Sociedad*, 12(4), 281–287.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-281.pdf>
- Piñar, M. (2014). *Inteligencia emocional y estrés y rendimiento en tripulantes de cabina de pasajeros frente a pasajes conflictivos*. [Universidad autónoma de Barcelona].
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/284946/mjpc1de1.pdf>
- Salovey, P., Mayer, J. D., Goldman, S. L., Turvey, C., & Palfai, T. P. (1995). Emotional Attention, Clarity, and Repair: Exploring Emotional Intelligence Using the Trait Meta-Mood Scale. In J. W. Pennebaker (Ed.), *Emotion, Disclosure and Health* (pp. 125–154). American Psychological Association.
- Soper, D. (2023). *A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models [Software]*.

Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formacion Universitaria*, 9(1), 25–34. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>

Vallejos Valdivia, C. D. (2022). Levels of emotional intelligence in psychology students at a Peruvian public university. *Revista de La Facultad de Medicina Humana*, 22(3), 556–563. <https://doi.org/10.25176/rfmh.v22i3.5015>

Yanetsys Sarduy Dominguez. (2007). el analisis de informacion y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. In *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas* (Vol. 25, Issue 3, p. 1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-03002006000300003&script=sci_arttext%5Cnhttp://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-03002006000300003&script=sci_arttext